

2024-2030年中国户外电子 屏广告市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2024-2030年中国户外电子屏广告市场深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/27802910XP.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2026-03-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2024-2030年中国户外电子屏广告市场深度调研与投资前景研究报告》介绍了户外电子屏广告行业相关概述、中国户外电子屏广告产业运行环境、分析了中国户外电子屏广告行业的现状、中国户外电子屏广告行业竞争格局、对中国户外电子屏广告行业做了重点企业经营状况分析及中国户外电子屏广告产业发展前景与投资预测。您若想对户外电子屏广告产业有个系统的了解或者想投资户外电子屏广告行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一部分行业发展现状第一章户外电子屏广告行业发展综述第一节 户外电子屏广告市场定义一、定义二、服务模式三、分类第二节 户外电子屏广告的作用及规划原则一、户外电子屏广告的作用二、未来户外广告规划原则第三节 户外电子屏广告是户外广告和电视媒体的结合一、传统户外广告的视频化二、电视媒体的户外化三户外广告和电视媒体结合第四节 户外电子屏广告专业术语介绍一、市场规模二、广告主客户三、电子屏数量四、千人成本五、广告环境及编辑环境六、到达率及收视率七、电视媒体八、其他术语第二章户外电子屏广告市场媒体发展概述第一节 户外视频媒体广告市场媒体简介一、户外电子屏种类介绍二、户外电子屏媒体分类三、户外视频媒体与传统电视媒体的比较分析第二节 户外LED显示屏概述一、简介二、媒体三、注意事项四、户外LED显示屏与室内LED显示屏的区别第三节 户外LCD显示屏概述一、户外液晶显示屏与普通显示器的区别二、户外液晶广告机介绍三、户外LCD广告机与户外LED广告机的区别第四节 户外电子显示屏的市场思考一、户外广告新媒体的利用特点二、户外广告新媒体的创新价值三、户外电子显示屏媒体的市场新思考第五节 电子显示屏的市场供给分析一、液晶显示屏产量二、LED产量分析三、显示器产量四、彩色电视机产量第三章户外电子屏广告行业市场环境及影响分析（PEST）第一节 行业政治法律环境（P）一、中华人民共和国广告法二、户外广告登记管理规定三、广播电视广告播出管理办法四、地方继续治理户外广告市场第二节 行业经济环境分析（E）一、经济发展总体分析二、广告行业发展分析第三节 行业社会环境分析（S）一、居民出行时间增多使户外媒体的接触时间和频次增多二、中产阶级将逐步成为社会阶层的主要部分三、二三线城市渐成广告主新宠四、居民抗议LED大屏幕光污染五、广告主会把销售渠道向更多小城市扩展第四节 行业技术环境分析（T）一、互动广告技术和模式的开发二、数字标牌技术改进丰富广告展示手段第二部分行业市场监测第四章2020-2024年我国户外电子屏广告行业运行现状分析第一节 户外电子屏广告发展现状一、国外发展现状二、国内发展现状第二节 户外电子屏广告规模分析一、户外电子屏广告市场规模二、户外电子屏广告竞争格局三、中国户外媒体市场规模分析四、中国户外电子屏广告各细分市场规模第五章2020-2024年我国户

外电子屏广告行业细分市场监测第一节 公交地铁电子屏广告市场一、公交地铁电子屏广告市场规模二、公交地铁电子屏广告市场竞争格局三、公交地铁电子屏广告市场发展趋势第二节 商业楼宇电子屏广告市场一、商业楼宇电子屏广告市场规模二、商业楼宇电子屏广告市场竞争格局三、商业楼宇电子屏广告市场发展趋势第三节 航空终端电子屏广告市场一、航空终端电子屏广告市场规模二、航空终端电子屏广告市场竞争格局三、航空终端电子屏广告市场发展趋势第四节 超大LED电子屏广告市场一、超大LED电子屏广告市场规模二、超大LED电子屏广告市场竞争格局三、超大LED电子屏广告市场发展趋势第六章2020-2024年我国户外电子屏广告市场供需形势第一节 广告主营销趋势调查分析一、广告主信心仍在低位徘徊二、营销态度仍略显谨慎三、平面媒体面临被削减的危险四、户外新媒体的使用形式集中五、受众是广告主的决策首选六、越来越乐意尝试或使用更多元化的媒介第二节 公共交通及商业楼宇建设发展情况一、公交地铁发展情况二、机场生产统计情况1、通航城市和机场2、主要生产指标3、旅客吞吐量分布4、机场货邮吞吐量分布三、商业楼宇建设情况第三节 户外视频媒体的广告价值解析第三部分竞争格局分析第七章2020-2024年户外电子屏广告行业竞争分析第一节 户外电子屏广告行业竞争结构分析一、现有企业间竞争二、潜在进入者分析三、替代品威胁分析四、供应商议价能力五、客户议价能力六、竞争结构特点总结第二节 户外电子屏广告企业核心竞争力分析一、资源获取能力二、技术创新能力三、创意策划能力第三节 户外电子屏广告企业提升竞争力策略一、加大投入人力资源的引进和开发二、实施完备的差异化战略组建方案三、做好基于SWOT分析的精准定位1、优势(Strengths)2、劣势(Weakness)3、机遇(Opportunity)4、威胁(Threats)5、基于SWOT分析的战略第八章户外电子屏广告行业领先企业分析第一节 分众传媒控股有限公司一、企业简介二、产品介绍三、经营分析四、企业SWOT分析五、企业发展动态第二节 北京巴士传媒股份有限公司一、企业简介二、产品介绍三、经营分析四、企业SWOT分析五、企业发展动态第三节 华铁传媒集团有限公司一、企业简介二、产品介绍三、经营分析四、企业SWOT分析五、企业发展动态第四节 湖南众益文化传媒股份有限公司一、企业简介二、产品介绍三、经营分析四、企业SWOT分析第五节 郁金香传媒有限公司一、企业简介二、发展历程三、企业SWOT分析四、企业发展动态第六节 CCTV移动传媒有限公司一、企业简介二、企业SWOT分析第七节 迪岸传媒集团一、企业简介二、产品介绍三、企业SWOT分析第八节 兆讯传媒广告股份有限公司一、企业简介二、成长历程三、产品介绍四、企业SWOT分析第九节 凤凰都市传媒有限公司一、企业简介二、产品技术三、企业SWOT分析四、企业发展动态第十节 上海城铁广告传媒有限公司一、企业简介二、产品介绍三、企业SWOT分析第四部分行业前景调研展望第九章2025-2031年户外电子屏广告行业前景及趋势第一节 广告产业发展"十四五"规划一、规划背景二、指导思想、基本原则和规划目标三、重点任务四、政策措施五、加强对规划实施

的组织领导

第二节 户外电子屏广告发展趋势

一、中国户外广告10大趋势预测

二、LED电子屏广告的新趋势

- 1、广告内容更新速度快
- 2、发布信息简单方便
- 3、广告形式多样
- 4、节能环保

三、户外电子屏广告投资预测

- 1、价值链重构，演变融合
- 2、技术升级整合，引导融合
- 3、商业模式变化升级，促使融合
- 4、横向融合与纵向融合
- 5、完善广告监管体系

第三节 户外电子屏广告规模预测

一、2025-2031年户外电子屏广告市场规模预测

二、2025-2031年户外电子屏广告细分市场预测

第四节 户外电子屏广告前景展望

一、户外电子屏广告的价值分析

二、户外电子屏广告的发展之路

三、户外电子屏广告的市场走向

第十章 2025-2031年户外电子屏广告行业投资价值评估分析

第一节 2025-2031年户外电子屏广告行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 1、文化传媒行业步入黄金时期
- 2、营销服务行业步入加速成长阶段
- 3、互联网及移动互联网服务公司的广告大战
- 4、巨头间的合作催生多赢局面
- 5、广告主广告预算上升
- 6、传统户外媒体继续整治

- 一、不利因素
- 1、个人便携数码娱乐终端对收视率的影响
- 2、拥挤嘈杂环境中传播效果受影响
- 3、通胀使运营成本继续提高
- 4、厂商核心竞争力需要加强
- 5、缺乏专业人才
- 6、管制措施将对市场产生影响

第二节 2025-2031年户外电子屏广告行业投资机会与风险

- 一、LED技术革命对户外广告的影响
- 二、户外视频广告在特大型城市魅力渐失

第三节 2025-2031年户外电子屏广告行业投资收益分析

第十一章 2025-2031年户外电子屏广告行业面临的困境及对策

第一节 户外广告发展存在的问题分析

- 一、整体意识的缺乏
- 二、信息的爆炸与污染
- 三、新旧媒体的"战争"
- 四、创意的"无为"
- 五、商业意识的"枷锁"
- 六、与城市环境的不协调

第二节 户外广告与城市形象建设探析

- 一、户外广告在城市形象建设中的地位和作用
- 二、城市形象建设中户外广告的发展与利用原则
- 三、城市形象建设利用户外广告存在的问题与对策
- 四、总结

第三节 户外电子屏广告发展对策分析

- 一、差异化--精准定位的受众需求原则
- 二、低成本--借用外力资源共享
- 三、集中化--单一产品的价值链附加战略

第四节 建议

- 一、创新盈利商业模式
- 二、推动整改产业链
- 三、行业未来发展畅想

第五部分 投资规划建议研究

第十二章 户外电子屏广告行业投资规划建议研究

第一节 户外电子屏广告企业的营销策略

- 一、品牌营销
- 二、受众营销
- 三、关系营销
- 四、生态营销

第二节 户外电子屏广告企业行业前景调研规划

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第三节 户外电子屏广告的四大蓝海战略

- 一、剔除竞争攀比、四两拨回千斤
- 二、减少受制因素、规避潜在风险
- 三、增加差异服务、直击市场盲点
- 四、创造客户价值、激发粉丝效应

第十三章 户外电子屏广告企业投融资及IPO上市策略指导

第一节 户外电子屏广告企业融资渠道与选择分析

- 一、户外电子屏广告企业融资方法与渠道简析
- 二、利用股权融资谋划企业发展机遇
- 三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道
- 四、适度债权融资配置自身资本结构
- 五、关注民间资本和外资的投资动向

第二节 户外电子屏广告企业境内IPO上市目的及条件

- 一、户外电子屏广告企业境内上市主要目的
- 二、户外电子屏广告企业上市需满足的条件

企业境内主板IPO主要条件2、企业境内中小板IPO主要条件3、企业境内创业板IPO主要条件
三、企业改制上市中的关键问题第三节 户外电子屏广告企业IPO上市的相关准备一、企业
该不该上市二、企业应何时上市三、企业应何地上市四、企业上市前准备1、企业上市前综合
评估2、企业的内部规范重组3、选择并配合中介机构4、应如何选择中介机构第四节 户外电
子屏广告企业IPO上市的规划实施一、上市费用规划和团队组建二、尽职调查及问题解决方
案三、改制重组需关注重点问题四、企业上市辅导及注意事项五、上市申报材料制作及要求
六、网上路演推介及询价发行第五节 企业IPO上市审核工作流程一、企业IPO上市基本审核
流程二、企业IPO上市具体审核环节三、与发行审核流程相关的事项第十四章研究结论及投
资建议第一节 研究结论第二节 投资建议一、对户外电子屏广告运营商的建议二、对广告
主的建议三、对广告代理公司的建议图表目录图表1：2020-2024年全球户外广告市场规模图
表2：2023年全球户外广告市场格局图表3：2020-2024年我国户外广告市场规模及增速走势图
表4：2020-2024年中国户外广告行业市场规模及占比广告份额图表5：2020-2024年中国户外媒
体行业供给图表6：2020-2024年中国户外媒体行业媒介保有量情况图表7：2020-2024年户外媒
体在城市居民总体中的日到达率图表8：2020-2024年中国户外媒体细分情况图表9：2020-2024
年中国户外电子屏广告市场规模图表10：2023年户外电子屏广告竞争格局更多图表见正文...
...

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/27802910XP.html>